



Institut für Multimedia Production (IMP)

Jahresbericht

Ausgabe 2016

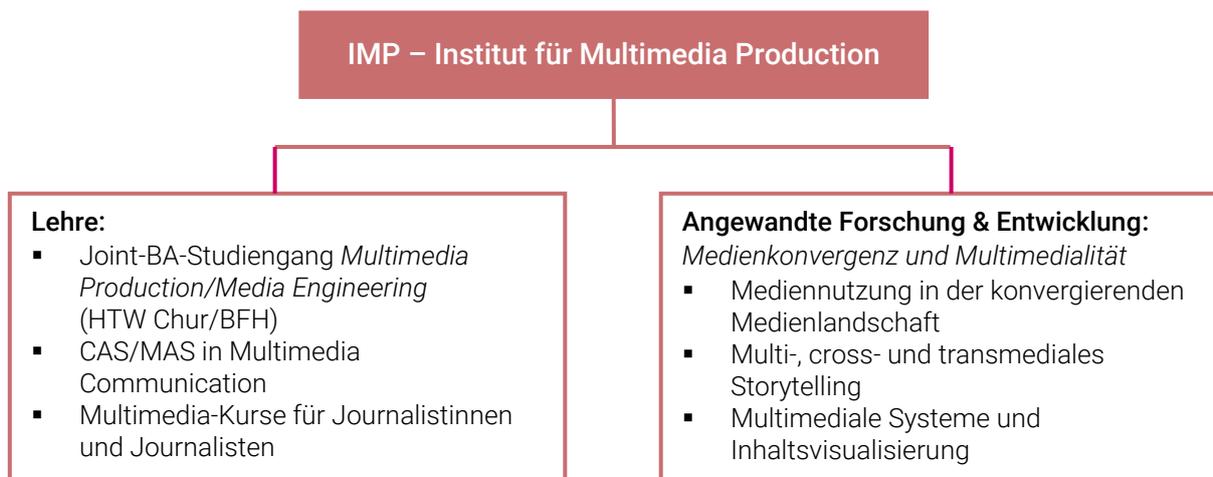
Inhaltsverzeichnis

Porträt IMP – Institut für Multimedia Production	5
Studiengang mmp – multimedia production/media engineering	5
Kooperation mit Medienunternehmen	6
Das IMP-Team	7
Forschungsschwerpunkt «Medienkonvergenz und Multimedialität»	9
Angewandte Forschung und Entwicklung	9
Enge Verzahnung von Forschung und Lehre	10
Projekt Mediennutzung der rätoromanischen Bevölkerung	11
Kurzporträts laufender und abgeschlossener Projekte	12
Dienstleistung und Beratung	14
SGKM-Dozierendenrat im Produktionsraum Bern	14
Multimedia-Festival 2016	14
Wissenstransfer	16
Publikationen	16
Referate	18
Erwähnungen	19
Kontakt	21

Porträt IMP – Institut für Multimedia Production

Wir blättern in der Zeitung, während wir auf dem Smartphone Radio hören und gleichzeitig weiterführende Informationen suchen. Medienkonvergenz als Prozess des Zusammenwachsens unterschiedlich getrennter Medien, Infrastrukturen und Dienstleistungen auf Basis des Internets, ist in unserer Alltagswelt angekommen. Dieser Prozess widerspiegelt sich in der Berufswelt: Die Anforderungen ändern sich, es entstehen neue Berufsbilder und Geschäftsmodelle.

Am IMP – Institut für Multimedia Production dreht sich alles um die konvergente Medienwelt. In der Lehre bildet das Institut Kommunikationsspezialisten aus und weiter, die multimedial und interaktiv produzieren können. In der angewandten Forschung und Entwicklung analysieren wir die konvergierende Medienwelt und gestaltet deren Zukunft aktiv mit.



Studiengang mmp – multimedia production/media engineering

Der *schweizweit einzigartige Studiengang* vereint Unternehmenskommunikation, Journalismus und technisches Know-how in einer fundierten Ausbildung. Die angehenden Multimedia Producerinnen und -Producer erwerben praxisnah und projektorientiert drei zentrale Kompetenzen:

- Erzählerisch zu schreiben, zu sprechen, zu filmen und zu gestalten (*Narrationskompetenz*)
- Inhalte medienspezifisch zu produzieren (*Produktionskompetenz*)
- Im globalen Netz und mit interaktiven Medien zu arbeiten (*Netzkompetenz*), wozu insbesondere Programmierkompetenzen gehören.

Das Studium besteht aus einem *generalistischen Teil*, welcher für alle Studierenden gleich ist, und einer *Spezialisierung*. Im generalistischen Teil lernen und üben die Studentinnen und Studenten zu gestalten, zu produzieren sowie über multimediale und interaktive Inhalte zu reflektieren.



Konvergentes Produzieren mit der mobilen Fernsehregie und dem Radiostudio in den IMP-Produktionsräumen Medienhaus Chur

In Fächern wie Corporate Communications, Medienethik, Markt- & Medienforschung oder Medien-Betriebswirtschaftslehre lernen sie die Mechanismen von Kommunikation in Medien- und Industriemärkten kennen.



Die mmp-Studentin Sarah Vettori (3.v.l.) gehörte zu den besten Absolventinnen und Absolventen, die 2016 diplomiert haben. Rektor Jürg Kessler (1.v.l.) und Hochschulratspräsident Ludwig Locher (1.v.r.) überreichten die Preise.

Ab dem vierten Semester gestalten die Studierenden ihr individuelles Profil als Multimedia Producerin oder Producer, indem sie sich für ein Vertiefungsfach (Major) entscheiden und dieses mit drei frei wählbaren Ergänzungsfächern (Minors) kombinieren. Aktuell sind folgende Majors wählbar: Film & TV Production, Branded Motion, Radio Production, Media Applications, Integrated Corporate Communications, Event Production, Public Communication und Journalismus multimedial. Das Angebot an Minors wird laufend an die technologischen Entwicklungen und Trends auf dem Arbeitsmarkt angepasst.

Studienorte sind Chur und Bern. An beiden Standorten ist das Curriculum identisch. Einzig das Angebot an Majors und Minors unterscheidet sich.

Kooperation mit Medienunternehmen

Der Studiengang pflegt die Zusammenarbeit mit Partnern aus der Praxis. In Chur sind wir mit unseren Labors für die Medienproduktion und unserem Atelier für neues Lehren und Lernen im Medienhaus der *Somedia* eingemietet. In Bern besteht eine Partnerschaft mit dem *tpc*, dem Technikdienstleister der SRG. Dort betreiben wir ein Innovationslabor in den Räumlichkeiten des Schweizer Radios und Fernsehens, wo neue technische Errungenschaften von Studierenden ausgetestet werden können.



SRF-Radiostudio Bern: Standort des IMP-Innovationslabors und Produktionsraum der mmp-Studierenden am Standort Bern

Das IMP-Team

Medienkonvergenz ist ein vielschichtiger Prozess, der sich auf Inhalte und deren Gestaltung, Medientechnik, Arbeitsprozesse, Geschäftsmodelle, rechtliche und politische Rahmenbedingungen auswirkt. Um diesen Aspekten gerecht zu werden, ist das Team des IMP interdisziplinär zusammengesetzt. Es besteht aus Spezialistinnen und Spezialisten auf den Fachgebieten Kommunikation, Produktion von Inhalten und Programmierung.

Institutsleitung



Prof. MA Ruedi A. Müller-Beyeler, Instituts- & Studiengangsleiter
Markenführung, Crossmedia, Multimedia Production; war u.a.
Designmoderator zur Entwicklung des ZDF-Nachrichtenstudios



Prof. Heiner Butz, Standortleiter Bern, stv. Studiengangsleiter
Arbeitsorganisation in der TV-/Medienproduktion, Schreib-/
Sprechcoaching; hatte u.a. leitende Funktionen beim ZDF inne

Medien-/Kommunikationswissenschaft



Prof. Dr. Matthias Künzler, Forschungsleiter
Medienorganisationen, Medienkonvergenz
Autor des Sachbuchs «Mediensystem Schweiz»



Prof. Dr. Amina Ovcina Cajacob, Dozentin
Jugend & Medien, Mediennutzung, Medienwirkung
war u.a. als Auslandskorrespondentin tätig



lic. phil. Yvonne Herzig Gainsford
Jugend & Medien, Mediennutzung, Information
Retrieval; war u.a. als freie Journalistin & Doku-
mentation/Researcherin tätig



Dr. Martin Arnet, wissenschaftlicher Mitarbeiter
Linguistik, Journalismus; vormals u.a. Journalist
Mitglied St. Galler Namenkommission

Medienbetriebswirtschaftslehre & Medienrecht



Marius Hagger, Dozent
Journalismus, Medien-BWL, Produktionssys-
teme, Corporate Communication;
war u.a. stv. CR SonntagsBlick



Prof., lic. iur. Christian Stärkle, Dozent
Medien-/Verwaltungsrecht, Radioproduktion
war u.a. langjähriger Geschäftsführer
Radio Argovia

Corporate Communication & Eventkommunikation



Prof. dipl. phil. Ines Jansky, Dozentin
Public Relations, Corporate Communication, Wis-
senchaftskommunikation; war u.a. Kommunika-
tionsleiterin am Fraunhofer-Institut Berlin



Prof., MAS Roland Köppel, Dozent
Eventkommunikation, Multimedia/Screen
Communication, Jugendmarketing
Verwaltungsrat Screenpro

Multimedia-Produktion/Informationsvisualisierung



Prof., dipl. ZHdK Tanja Hess, Dozentin
Visuelle Kommunikation, Sketch & Draw,
Datenvisualisierung, Digital Design
u.a. urban sketcherin und Bloggerin

lic. phil. Peter Indergand, Dozent
Dokumentar- & Spielfilm, Kamera-/Videotechnik, Storytelling; mehrfach preisgekrönt u.a. Emmy-nominiert für «War Photographer»



Dr. Katja Schupp, Dozentin
Multimediales Storytelling, TV-Journalismus,
audiovisuelles & dokumentarisches Erzählen
Dokumentarfilmerin, war u.a. Redakteurin ZDF



dipl. Arch. ETH Isabelle Bentz, Dozentin
Datenvisualisierung, Informationsdesign
Projektmanagement



Prof., M.A. Thomas Weibel, Dozent
Journalismus, Multimedia Production, Radio
Juror «Prix Europa», Blogger und Sachbuchautor



Marcel Näf, SAE, Multimedia Producer
Audio-, Video, E-Learning-Production;
daneben: Realisierung von Musikvideos
& Bandbetreuung

Multimediale Systeme



Prof. dipl. El. Ing. ETH Martin Vollenweider, Dozent
Web Engineering, interaktive Medien,
interaktive Datenvisualisierung, Augmented Reality

lic. oec. Simonne Bosiers, Dozentin
Interaktionsdesign, System-Entwicklung, Programmierung; langjährige Agenturerfahrung



dipl. Ing. Wolfgang Bock, Dozent
Programmierung & Design,
interaktive Medien, digitale Medien



Angewandte Forschung und Entwicklung

Forschungsschwerpunkt «Medienkonvergenz und Multimedialität»

Konvergenz verändert Medieninhalte, das Mediennutzungsverhalten, Arbeitsprozesse und Geschäftsbeziehungen. Dies stellt Medienunternehmen, Kommunikationsabteilungen von kleinen und grossen Unternehmen, Agenturen und Verbände vor neue Herausforderungen.

Mit seinem Forschungsschwerpunkt «Medienkonvergenz und Multimedialität» hilft das IMP der Branche, diese Herausforderungen auf Grundlage wissenschaftlich fundierter Expertisen als Chance zu nutzen. Es forscht zur Frage, welche konkreten Auswirkungen Multimedialität auf die Mediennutzung, Wissensvermittlung und Geschäftsmodelle hat. Auf dieser Grundlage entwickelt es multimediale Innovationen – beispielsweise, um komplexe Inhalte visuell und interaktiv aufzubereiten. Über den Einsatz neuer Hard- und Software ermöglicht das IMP neue Formen der Wissensvermittlung und hilft Unternehmen, mit ihren Kunden direkt und interaktiv zu kommunizieren.

In seiner angewandten Forschung & Entwicklung hat sich das IMP auf die folgenden drei Dimensionen von Konvergenz fokussiert:

a) Mediennutzung in der konvergierenden Medienlandschaft: Auf Grundlage sozialwissenschaftlicher Methoden untersucht die Forschergruppe empirisch, wie sich das Mediennutzungsverhalten, die genutzten Medieninhalte und die strukturellen Bedingungen der Mediennutzung verändern.

b) Multi-, cross- und transmediales Storytelling – Innovation von Inhalten und Arbeitsprozessen: Das Team dieses Forschungsschwerpunkts analysiert zum einen, wie sich Arbeitsprozesse in Journalismus und der Corporate Communication verändern. Zum andern entwickelt es für seine Forschungspartner innovative Formen des Storytellings, um verschiedene Medienkanäle multi-, cross- oder transmedial zu bespielen.

c) Multimediale Systeme und Inhaltsvisualisierung: Voraussetzungen für multimediales, interaktives Storytelling sind die Entwicklung und zielgerichtete Anwendung der dahinter liegenden hard- und softwaretechnischen Systeme. Deshalb evaluiert und adaptiert die Forschungsgruppe neue multimediale Systeme und entwickelt Webapplikationen, die sich in bestehende Arbeitsumgebungen einbauen lassen.



Dozent Andrin Egger überprüft vor der Live-Übertragung ein letztes Mal die Kameraeinstellungen.



Enge Verzahnung von Forschung und Lehre

Lehre und F&E sind am Institut eng verzahnt. Forschungs- und Entwicklungsergebnisse fließen in den Unterricht. Gleichzeitig dienen in der Lehre generierte Erkenntnisse und Prototypen wiederum als Grundlage zur Konzipierung entsprechender Forschungs- und Entwicklungsprojekte.

Ein Beispiel für ein solches Lehrprojekt war das Eventformat «Promimütter». Es wurde von den Studierenden des Vertiefungsschwerpunkts «Event Communications» unter Leitung ihres Dozenten Roland Köppel entwickelt.

Ausgangspunkt war die Überlegung, dass Studierende in jener Lebensphase stehen, in der sie das Elternhaus verlassen. Auf sich alleine gestellt, werden sie sich der Unterstützung aus dem Elternhaus stärker bewusst.

Allerdings wachsen nicht alle Kinder in einem fördernden Umfeld auf. Deshalb sollten Kinder und Familien in Not mit einem Charity-Event unterstützt werden.

Am Event konnte für einen Abend der Moment wieder erlebt werden, nach Hause zu kommen und nur noch Tochter oder Sohn zu sein. Helen Rinderknecht, Margrit Ammann und Ruth Niederreiter kochten als Promimütter ein Dreigangmenü. Ein Teil des Erlöses kam der «Stiftung Mütterhilfe» zugute. Für Unterhaltung sorgte Slam Poet Renato Kaiser. Wie es sich für mmp-Studierende gehört, wurde das Event von der Logoentwicklung bis hin zur Foto- und Videobegleitung multimedial aufbereitet.

Projekt Mediennutzung der rätoromanischen Bevölkerung

Der rätoromanischsprachigen Bevölkerung steht mit Zeitungen, Radio-, Fernsehsendern und einer Nachrichtenagentur ein relativ vielfältiges Medienangebot zur Verfügung. Umso erstaunlicher ist es, dass relativ wenig über ihr Mediennutzungsverhalten und die Wohnorte dieser Sprachbevölkerung ausserhalb Graubündens bekannt ist.

Mit zwei Teilprojekten im Auftrag von Radiotelevision Svizra Rumantscha (RTR) leistete das IMP einen Beitrag, diese Forschungslücke zu schliessen. Zielsetzung war es zum einen herauszufinden, wo die Zielgruppe der rätoromanischsprachigen Bevölkerung lebt, und zum anderen, wie sie Medien nutzt.

Die erste Fragestellung wurde mittels einer Sekundäranalyse Strukturhebung (Sprache) des BfS – Bundesamtes für Statistik untersucht. Diese Strukturhebung wird jährlich durchgeführt und ist Teil der seit 2010 modernisierten Volkszählung. Überraschenderweise fehlte es bisher an einer systematischen Auswertung, die zeigt, wo die rätoromanische Bevölkerung lebt.

Die Verteilung der Rätoromaninnen und Rätoromanen im Kanton Graubünden lässt



sich mit der sekundäranalytischen Auswertung der Daten recht detailliert aufzeigen. Eine Herausforderung stellt jedoch die Analyse der Daten ausserhalb Graubündens dar. Es zeigte sich, dass die Stichprobe zu klein ist, um valide Aussagen für einzelne Kantone oder gar Gemeinden zu treffen. Die Verwendung der gepoolten Daten 2010-2014 ermöglichte zumindest für einige Gemeinden etwas präzisere Aussagen: Eine beachtliche Anzahl Rätoromaninnen und Rätoromanen ausserhalb Graubündens leben in Zürich, Winterthur, Basel, Bern, Genf und Luzern.

Die zweite Fragestellung nach dem Mediennutzungsverhalten der rätoromanisch sprechenden Bevölkerung wurde mit vier Fokusgruppendifkussionen (je eine in Chur, Ilanz, Zernez und Zürich) qualitativ untersucht.

Die Aussagen der insgesamt 30 Diskussionssteilnehmenden bestätigen die Befunde der quantitativen Nutzungsforschung: Lineares Radio wird bevorzugt am Morgen und im Auto gehört. In gedruckter Form werden Zeitungen vor allem von mittleren und älteren Nutzergruppen gelesen, während die Onlineausgaben v.a. bei den jüngeren Mediennutzerinnen und -nutzer beliebt sind. Beim Fernsehen zeigt sich eine Tendenz weg von der traditionellen, linearen Nut-

zungsform hin zu einer zeitversetzten Nutzung auf Tablets und anderen Mobilgeräten. In diesem Zusammenhang spielt die Verlinkung über Social Media (Facebook, z.T. Whatsapp) eine wichtige Rolle: Über solche Verlinkungen gelangen die Nutzerinnen und Nutzer zu einzelnen Sendungen.

Auf Grundlage der Aussagen kristallisierten sich zwei idealtypische Nutzungsformen heraus:

1.) Ältere Mediennutzer haben sich regelmässig wiederkehrende Zeitfenster zum Konsum von Medieninhalten eingerichtet.

2.) Bei Nutzerinnen und Nutzern jüngerer und zunehmend mittleren Alters ist der Medienkonsum mobil, onlinebasiert und zeitlich eher zufällig strukturiert. Die Inhalte werden häufig aufgrund von Empfehlung durch Verlinkung auf Messenger, sozialen Netzwerken oder Push-Meldungen von Apps abgerufen.

Von den rätoromanischsprachigen Medien werden hauptsächlich lokal-regionale Informationen erwartet. Diese sollen zuverlässig und glaubwürdig sein. Zur Information über überregionale, nationale und internationale Themen werden die deutschsprachigen Medien genutzt. Ebenfalls werden die kulturellen und bildenden Inhalte auf Rätoromanisch geschätzt.

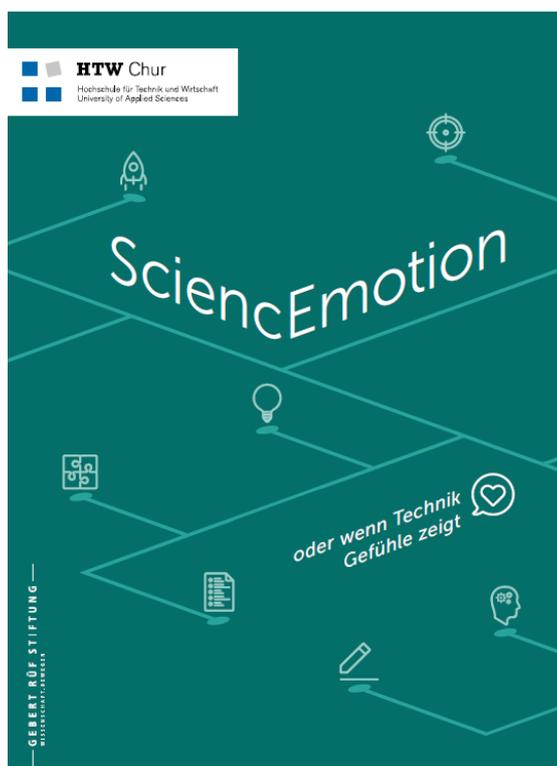
Von den Gesprächsteilnehmerinnen und -teilnehmern wurde das bestehende Angebot an rätoromanischsprachigen Medien gesamthaft positiv beurteilt. Gewünscht wird ein Ausbau an Unterhaltungs- und Sportsendungen sowie ein etwas erweitertes Angebot für jüngere Zielgruppen.

Einig waren sich alle, dass das rätoromanischsprachige Medienangebot auch eine wichtige gesellschaftliche Rolle spielt: Es trägt zum Aufbau und Stärkung der eigenen Identität bei.

Kurzporträts laufender und abgeschlossener Projekte

Recruitingkommunikation für Technologieunternehmen: In diesem Vorprojekt für SciencEmotion wird untersucht, mit welchen innovativen Formaten und Kommunikationskonzepten junge Fachkräfte für Technologieunternehmen in Randgebieten gewonnen werden können. Das Projekt wurde in Teilen als Lehrprojekt mit Studierenden erarbeitet, die Abschlusspräsentation fand am 1.6.2016 im Medienhaus vor Auftraggebern statt.

SciencEmotion: Zielsetzung des Projekts ist es, Jugendlichen die komplexen Berufsbilder verschiedener MINT-Berufe auf emotionale und interaktive Art näher zu bringen. Dadurch sollen Jugendliche bereits in einem frühen Alter für MINT-Projekte und -Berufe begeistert werden. Auf Grundlage der Erkenntnisse aus einem Vorgängerprojekt wird ein Konzeptions- und Produktionsleitfaden zur Videoproduktion als Online Tutorial für die Projektpartner «Schweizerische Informatik Gesellschaft» und «European Computer Driving Licence» erarbeitet und einen den Bedürfnissen der Zielgruppe angepasste Videoplattform entwickelt.



Im Rahmen der Content-Strategie sollen sowohl die Jugendlichen selbst als auch zahlreiche weitere Partner in die Erstellung und Diskussion / Interaktion der medialen Inhalte einbezogen werden. Das wird von der Gebert RUF Stiftung finanziell gefördert.

YouNow: Zielsetzung des Projekts ist es, Jugendliche für ein verantwortungsbewusstes Onlineverhalten zu sensibilisieren und ihr kritisches Denken in diesem Bereich zu fördern. Dies soll über die Arbeit mit einem beispielhaften Video im Rahmen einer Moderationsmethode an verschiedenen Schulen geschehen. Das Projekt wird über eine Befragung wissenschaftlich begleitet.

RTRMNN: Im Projekt wird ein Konzept erarbeitet, inwiefern sich die «Mobile Experience Sampling Method» (MESM) zur Analyse des Mediennutzungsverhaltens kleiner Bevölkerungsgruppen (z. B. für die rätoromanischsprachige Bevölkerung) eignet. Bei dieser Methode installieren die Probanden eine App auf ihren mobilen Geräten, die zu verschiedenen Zeitpunkten Fragen zum Mediennutzungsverhalten als Push-Nachricht verschickt. Damit lässt sich konvergentes Nutzungsverhalten relativ kostengünstig messen. Im Projekt wurden die methodischen Grundlagen und ein Konzept zur Entwicklung einer Befragungssapp erarbeitet.

Multimediale Umsetzung eines Sprachlehrmittels – Mediomatix: Auf Grundlage einer umfassenden Bedarfserhebung wurde ein Konzept für die multimediale Umsetzung eines neuen Sprachlehrmittels für die verschiedenen romanischen Idiome entwickelt. Im Konzept wurde gemeinsam mit der PHGR die Lösungsarchitektur zur Umsetzung einer multimedialen Plattform (Mediomatix) ausgearbeitet.

Redaktionelle Markenführung: Online-medien und multimediale Vermittlungsformen bieten der Unternehmenskommunikation neue Möglichkeiten, Zielgruppen anzusprechen und durch Inhalte mit Mehrwert und Interaktion an die Marke zu binden. Das Projekt des IMP und der Bühler AG entwickelt eine redaktionelle Markenführung mit Workflows, Inhalten, Personal-, Technik- und Kostenstruktur und erforscht erstmals parallel den inhaltlichen, prozessualen und organisatorischen Rahmen und betriebswirtschaftliche Effekte.

PRIMUS – Parent Information Multimedia

System: Mit dem Grundfinanzierungsprojekt wurde der Antrag PRIMUS zuhanden der Novartisstiftung erarbeitet. Projektziel ist es, für Eltern von neugeborenen Kindern eine multimediale Plattform aufzubauen, welche die offiziellen Informationen der medizinischen Fachgesellschaften auf dem Gebiet der Pädiatrie leicht verständlich aufbereitet zur Verfügung stellt.

Datenjournalismus: Im Projekt wird empirisch untersucht, welche datenjournalistischen Aktivitäten von Medienunternehmen, statistischen Ämtern und anderen Institutionen (z. B. Spitzenverbände) bereits bestehen. Auf dieser empirischen Grundlage soll gemeinsam mit dem SII ein Weiterbildungsangebot zum Datenjournalismus aufgebaut werden. Zudem ist das Projekt in einen internationalen Projektverbund mit den Universitäten Mainz und Michigan eingebunden.

Event & Expo Klima Studie 2016: Die Marktstudie erhob erstmals systematisch die Strukturmerkmale und Trends der Live-Communication-Branche. Im Ergebnis zeigte es sich, dass der Grossteil der knapp 300 in diesem Bereich tätigen Unternehmen Klein- und Mikrounternehmen sind, sie gesamthaft aber einen namhaften Umsatz von über 2 Mia. Franken mit 4 600 Angestellten erbringen. Auch in der Event-Branche geht der Trend Richtung Digitalisierung und Nachhaltigkeit: Live-Communicationsinstrumente werden zunehmend mit anderen Kommunikationsinstrumenten vernetzt, insbesondere mit digitalen. Die Mehrheit der Unternehmen ist zudem auf ökologische Nachhaltigkeit sensibilisiert und bietet entsprechende Dienstleistungen an.

Dienstleistung und Beratung

SGKM-Dozierendenrat im Produktionsraum Bern

Erstmals in der Geschichte des Instituts hat das IMP gemeinsam mit dem Schwesterinstitut SII den Dozierendenrat der wissenschaftlichen Fachgesellschaft SGKM – Schweizerische Gesellschaft für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung durchgeführt.

Er fand am 27.10.2016 im Produktionsraum des IMP im SRF-Radiostudio Bern statt. Thema der Veranstaltung war «Big Data – Big Challenge? Herausforderungen für die kommunikationswissenschaftliche Lehre und Forschung». Zunächst stellten die IMP-Dozenten Thomas Weibel und Mirko Fischli sowie SII-Dozent Urs Dahinden die beiden Studiengänge «multimedia production» und «information science» der HTW Chur vor.

Auf der Grundlage der Präsentationen von Thomas Häussler (Universität Bern) und Urs Dahinden (SII) zu den Themen «Forschung im Zeitalter der Digitalisierung» sowie «Radar Medienkritik» wurden die Konsequenzen des Einbezugs von Informatik/Technik und Big Data für die kommunikationswissenschaftliche Lehre und Forschung diskutiert.

Im Anschluss folgte eine Führung durch den IMP-Produktionsraum und das SRF-Radiostudio. Beim anschliessenden Networking-Apéro auf der Dachterrasse waren die Feedbacks der Kolleginnen und Kollegen anderer Hochschulen auf die praxisbezogene Verbindung von Forschung und Entwicklung an beiden HTW-Instituten äusserst positiv.

Multimedia-Festival 2016

Unter dem Motto «Technic goes wild» hat das IMP bereits zum dritten Mal in Kooperation mit dem Hotel Schweizerhof Lenzerheide das Multimedia-Festival erfolgreich durchgeführt.

Hochkarätige Referentinnen und Referenten (u.a. die «Der Bestatter»-Drehbuchautoren Domink Bernet und Rolf Lyssy, Datenschutzexperte Martin Steiger) referierten über aktuelle Fragen der Medienproduktion und des Schutzes der Privatsphäre. In diversen Workshops konnten Kinder und ihre Eltern in der Greenbox selbst fotografieren oder Ton- und Videoaufnahmen produzieren – gecoacht durch mmp-Studierende und Dozierende.

Für Unterhaltung war reichlich gesorgt, u.a. mit einer multimedialen Zaubershow, einem «Exfreundinnen»-Kabarettprogramm, einer Punkrockband und einem DJ-Duo.

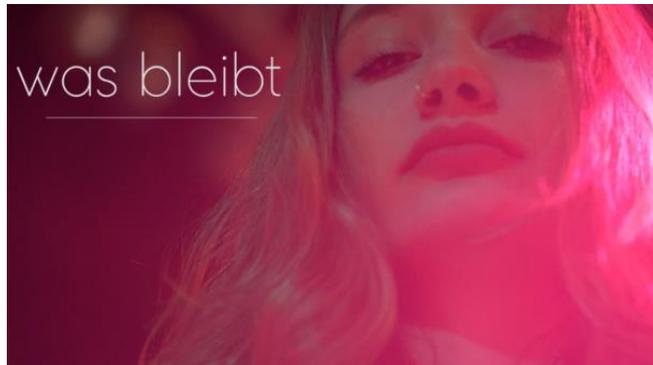


Die festliche Stimmung wird durch ein entsprechendes Lichtkonzept verstärkt.

Ein weiterer Höhepunkt des «Multimedia Festivals 2016» war die Digezz-Awardverleihung. Prämiert wurden die drei besten Multimediaproduktionen, die im vergangenen Jahr von mmp-Studierenden produziert wurden.

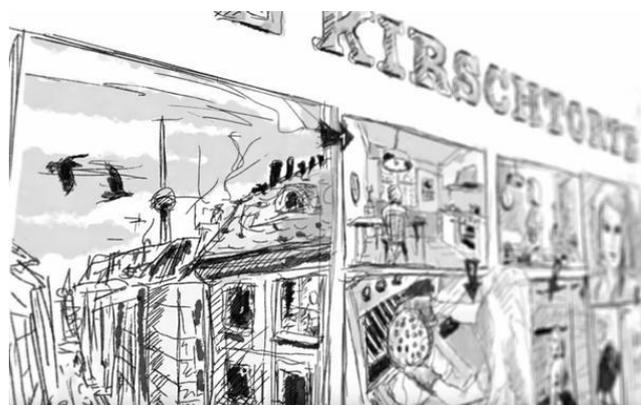
Gewinner in der Kategorie «Journalismus» und «Publikumspreis» war der interaktive Film «was bleibt» von Bettina Monn, Rahel Vetsch, Ann-Christin Krumm, Tobias Balmer und Sven Wüst.

Der Film handelt von der Qual der Wahl in einer Gesellschaft die Individualität und gleichzeitig Anpassung an medial verbreitete Idealbilder und Erfolgsgeschichten erwartet. Die Zuschauerin bzw. der Zuschauer kann den Entscheidungsdruck selbst miterleben, indem er in 10-sekündigen Entscheidungsphasen Einfluss auf die Geschichte nehmen kann.



Gewinner in der Kategorie «Corporate Communication» war die Videoproduktion «Die, die noch da sind» von Fabian Rymann. Der Film gibt dem Alter ein Gesicht indem sie eine ältere Person Aspekte des Alterns aussprechen lässt, die niemand hören will.

Gewinner in der Kategorie «Innovation» war der animierte Comic von Anna Kreidler und Micha Lips. Es handelt sich um den Versuch einen Comic zu animieren, ohne dass der klassische Lesefluss verloren geht. Zu sehen als Comic und als Film.



Wissenstransfer

Publikationen

Herzig Gainsford, Yvonne/Künzler, Matthias (2016): Rätoromanen in der Schweiz. Sekundäranalyse der Strukturdatenerhebungen 2010-2014. Forschungsbericht zuhanden RTR. Chur: IMP/HTW Chur.

Herzig Gainsford, Yvonne/Ovcina Cajacob, Amina/Studer, Martin (2016): Allen Unkenrufen zum Trotz: Jugendliche interessieren sich für Politik. Wissensplatz - Das Magazin der HTW Chur 2016, Heft 1, S. 12-13.

Hess, Tanja (2016): Was heisst Nachhaltigkeit? In: Wissensplatz Blog vom 6.9.2016. Auf: <http://wissensplatz.htwchur.ch/was-heisst-nachhaltigkeit/>

Hess, Tanja (2016): #ideasketch für die lebenswerte Stadt der Zukunft. In: Wissensplatz - Das Magazin der HTW Chur 2016, Heft 2, S. 10 f.

Hess, Tanja (2016): Charlottapen. Blog von Tanja Hess. Auf: <http://carlottapen.ch/>

Hess, Tanja (2016): Feeding the Planet. Blog von Tanja Hess. Auf: <http://feedingtheplanet.ch/>

Hess, Tanja (2016): Sketchcity. Blog von Tanja Hess. Auf: <https://sketchcity.ch/>

Köppel, Roland (2016): Die Gründer. In: Persönlich, Sondernummer XAVER 2016, S. 19.

Künzler, Matthias (2016): Befreien Digitalisierung und Automatisierung den Journalismus aus der Zwangsjacke der Kulturökonomie? In: Jarren, Otfried/Steininger, Christian (Hrsg.): Journalismus jenseits von Markt und Staat. Institutionentheoretische Ansätze und Konzepte in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Baden-Baden: Nomos, S. 219-226.

Künzler, Matthias (2016): Mein Smartphone: Erweiterung meiner Sinne oder Fessel meiner Aufmerksamkeit? In: Südostschweiz Blog 05.04.2016. Auf: www.suedostschweiz.ch/2016-04-05/mein-smartphone-erweiterung Zgl. in: Wissensplatz Blog 05.04.2016

Künzler, Matthias (2016): Fessel oder Sinneserweiterung? In: Die Südostschweiz vom 05.04.2016, S. 2.

Künzler, Matthias/Herzig Gainsford, Yvonne/Arnet, Martin (2016): Expo & Event Klima Studie 2016. Marktstudie zuhanden Expo-Event. Live Communication Verband Schweiz. Bern: Expo-Event.



Künzler, Matthias/Köppel, Roland (2016): Mitten im analogen und digitalen Leben. In: Hermes, Vera/Kömedia AG (Hrsg.): Jahrbuch Marketing 2017. S. 154-156.

Müller-Beyeler, Ruedi A./Butz, Heiner (2016): Das Unternehmen, die Marke und ich - Unternehmen durch Marken führen. Bern: Haupt Verlag.

Müller-Beyeler, Ruedi A. (2016): Veränderungen in der Unternehmenskommunikation. In: viscom (Hrsg.): Zukunftsstudie 2026. Bern: viscom. S. 16-21.

Ovcina Cajacob, Amina / Herzig Gainsford, Yvonne (2016): Ad Impact. Werbung in der Wahrnehmung von Schweizer Jugendlichen und Studierenden. Chur: HTW Chur.

Ovcina Cajacob, Amina/Herzig Gainsford, Yvonne (2016): Politik? Ja, aber bitte multi-medial! MERZ. Medien und Erziehung. Zeitschrift für Medienpädagogik 60, Heft 3, S. 70–75.

Ovcina Cajacob, Amina/Herzig Gainsford, Yvonne (2016, im Druck): Politik – frisch, bunt und jung.. In: Gymnasium Helveticum Heft 5. S. 27-29.

Puppis, Manuel/Künzler, Matthias (2016): Reforming or Conforming? The Contribution of Communication Studies to Media Policy in Switzerland. In: Freedman, Des/Obar, Jonathan A./Martens, Cheryl/McChesney, Robert W. (Hrsg.): Strategies for Media Reform. International Perspectives. New York: Fordham University Press, S. 239-251.

Ruedi Alexander Müller-Beyerle & Heiner Butz



Savin, Sandra (2016): My Future City. In: Wissensplatz Blog vom 30.08.2016. Auf: <http://wissensplatz.htwchur.ch/my-future-city/> [Präsentation studentischer Arbeit, betreut von Tanja Hess]

Schwab, Isabelle (2016): Drei grosse Klick-Magnete. In: Medienwoche vom 12.04.2016. Auf: <http://medienwoche.ch/2016/04/12/drei-grosse-klick-magnete/> [Präsentation

studentischer Arbeit, betreut von Isabelle Bentz]

Stärkle, Christian (2016): Betrachtungen über die Pflichten der Verwaltung und der Politik im Umgang mit Medien, insbesondere auf kommunaler Ebene. Bericht vom 20. Juli 2016. Chur: HTW Chur.

Vollenweider, Martin (2016): Combined Learning – ein Erfahrungsbericht. In: Wissensplatz Blog vom 15.03.2016. Auf: <http://wissensplatz.htwchur.ch/combined-learning-ein-erfahrungsbericht/>

Vollenweider, Martin (2016): TechBlog Martin Vollenweider. Auf: <https://martinvollenweider.wordpress.com/>

Weibel, Thomas (2016): 100 Sekunden – Das Hörlexikon. Blog von Thomas Weibel. Auf: <http://www.100-sekunden.ch>

Weibel, Thomas (2016): Am Anfang war der Tausch; Brakteaten, das Kleingeld des Mittelalters; Der steinige Weg der Banknoten u.a. In: Die besten Geldgeschichten aus dem LGT-Finanzblog. Vaduz: LGT Group Foundation. S. 8 ff.

Weibel, Thomas (2016): Banknoten, die kaum einer je gesehen hat. In: Panorama, das Schweizer Magazin zu Leben und Finanzen. St. Gallen: Raiffeisen Schweiz Genossenschaft. [http://www.raiffeisen.ch/raiffeisen/internet/docs.nsf/\\$UNID/C08C41B256191874C1257F71004F55D5/\\$file/Panorama_1601_DE.pdf](http://www.raiffeisen.ch/raiffeisen/internet/docs.nsf/$UNID/C08C41B256191874C1257F71004F55D5/$file/Panorama_1601_DE.pdf), S. 24

Weibel, Thomas (2016): Bare Münze. Was unser Geld mit römischen Gänsen zu tun hat. Auf: <http://www.baremuenze.ch>

Weibel, Thomas (2016): Der Schraubenschlüssel des Buchhalters: Die Erfindung der Tabellenkalkulation; «The Man Who Sold the World»: Die Geschichte der «Bowie-Bonds»; Gutscheine, Voucher, Coupon: Das unterschätzte Wertpapier u.a. In: LGT-Finanzblog. Auf: <http://finanzblog.lgt.com>

Weibel, Thomas (2016): Homo ludens. Das Computerspiel. In: Schaller, Roger (Hrsg.): Stellen Sie sich vor, Sie sind... Das Ein-Personen-Rollenspiel in Beratung, Coaching und Therapie. Bern: Hogrefe, S. 232-234.

Weibel, Thomas (2016): Steganographie; Bargeld; Curta u.a. In: Radio SRF 2 Kultur, 100 Sekunden Wissen. Auf: <http://www.srf.ch/sendungen/100-sekunden-wissen>

Weibel, Thomas (2016): Die Anfänge der Tonaufzeichnung. In: Radio SWR 2, Mehrspur/Dokublog. Auf: <http://www.dokublog.de/mp3/anfange-der-tonaufzeichnung>

Weibel, Thomas (2016): Manesse Gammon. A Medieval Game. In: Wiki von Open Data Schweiz. Auf: http://make.opendata.ch/wiki/project:manesse_gammon

Weibel, Thomas (2016): Tarot Freecell. A Historical Card Game. In: Wiki von Open Data Schweiz. Auf: http://make.opendata.ch/wiki/project:historical_card_game

Köppel, Roland (2016): «Hybride Events», Referat gehalten an der HWZ, Zürich 27.02.16.

Künzler, Matthias (2016): Mein Handy und ich – Fluch oder Segen? Eingeladener Podiumsteilnehmer anlässlich des «Wissenschaftscafé Chur»; organisiert von der Academia Raetica, HTW Chur und weiteren Partnern im Café B12 in Chur vom 07.04.2016.

Künzler, Matthias (2016): Multimedia Production/Media Engineering (mmp): Joint-BA-Studiengang als Multimedia Pionier in der CH Hochschullandschaft? Referat gehalten anlässlich des tpc online-day, TV-Studio Zürich, 16.08.2016.

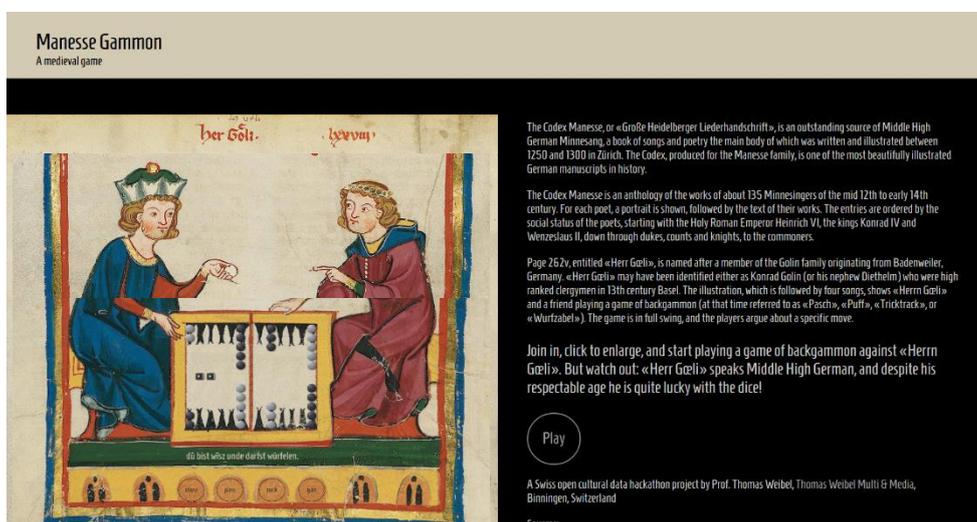
Künzler, Matthias (2016): Schweizer Werbemarkt: Zustand und Trends. Referat am Sessionsanlass «Big Data im Fadenkreuz» der Parlamentarischen Gruppe «Medien & Kommunikation» im Clé de Berne, Bern, 09.03.2016.

Künzler, Matthias (2016): «Digitale Revolution in der Live-Kommunikation» Eingeladener Podiumsteilnehmer anlässlich der Expo «Suisse EMEX 2016», Messe Zürich, 30.08.2016.

Künzler, Matthias (2016): «Mediensystem Schweiz» Gastreferat in der Vorlesung «Einführung in die Publizistikwissenschaft I & II» an der Universität Zürich, 21.10.2016.

Künzler, Matthias (2016): Redaktionelle Unabhängigkeit unter Druck und gibt es einen Ausweg? Referat gehalten am Anlass der parlamentarischen Gruppe «Journalismus und Demokratie», Bern am 21.09.2016.

Künzler, Matthias (2016): Bericht des Bundesrats zum Service public: Eine Einschätzung aus persönlicher, wissenschaftlicher Sicht. Referat gehalten bei der Fachkommission «Verkehr und Kommunikation» der SP Schweiz im Bundeshaus Bern am 19.09.2016.



Das Online-Spiel «Manesse Gammon» programmierte Thomas Weibel am Kultur-Hackathon 2016. Zielsetzung dieses Anlasses ist es, gemeinfreie digitale Schätze der Schweizer Gedächtnisinstitutionen (Museen, Bibliotheken, Galerien etc.) mittels spielerischer, künstlerischer etc. Anwendungen zugänglich zu machen. Grundlage für vorliegendes Spiel bildete der Codex Manesse («Grosse Heidelberger Liederhandschrift»), der in der 2. Hälfte des 13. Jh. in Zürich geschrieben und illustriert wurde.

Referate

Herzig Gainsford, Yvonne / Künzler, Matthias (2016): «Das Mediennutzungsverhalten der Rätoromaninnen und Rätoromanen.» Präsentation der Studie bei RTR Chur, 09.09.2016.

Köppel, Roland (2016): Roundtable SYMA, «Wie verändert die Digitalisierung die Messe?» Zürich, 20.9.16.

Köppel, Roland (2016): Vortrag «Multimedia am Point of Sales», Weiterbildung von Polydesigner Winterthur vom 9.-13.5.2016.

Künzler, Matthias/Puppis, Manuel (2016): Liberalizing advertising while protecting public service broadcasting: The case of Switzerland. Presentation hold at the Conference of ECREA – European Communication Research and Education Association in Prag vom 9.11.-12.11.2016.

Künzler, Matthias (2016): Vermittler zwischen Gesellschaft und Unternehmen SRF: Die Trägerschaft. Referat gehalten anlässlich des Basisseminars «SRG verstehen» bei der Genossenschaft SRG. Zürich/RFZ im TV-Studio Zürich, 13.12.2016.

Künzler, Matthias (2016): «Mediensystem Schweiz». Gastreferat in der Vorlesung «Einführung in den Journalismus» an der zhaw Winterthur, 21.12.2016.

Künzler, Matthias/Herzig Gainsford, Yvonne/Cajacob, Amina/ Jansky, Ines (2016): (Des-) Interesse Jugendlicher an Politischer Kommunikation und Politik: Symptom für sozialen Wandel? «scoop-it 2.0»: Studie zur Mediennutzung und zur politischen Partizipation von Jugendlichen in der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein. Präsentation gehalten an der Jahrestagung der SGKM – Schweizerische Gesellschaft für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung, Universität Fribourg, 08.04.2016.

Müller-Beyeler, Ruedi A. (2016): Der Redesign des ZDF-heute-Nachrichtenstudios. Referat gehalten am 08.04.2016 in der Lehrveranstaltung «Medien als Organisationen» am IPMZ, Universität Zürich.

Müller-Beyeler, Ruedi A. / Butz, Heiner (2016): Kommunikation und Markenführung: Die Redaktion im Dienste der Marke. Vortrag gehalten auf der Stämpfli Konferenz in Zürich, 13. Juni 2016

Müller-Beyeler, Ruedi A. (2016): Kommunikation 4.0 – wo stehen wir und wohin könnte die Reise gehen. Vortrag vor den Kommunikationsverantwortlichen der BMW Group in München, 23. Juni 2016

Müller-Beyeler, Ruedi A. (2016): «Kommunikation 4.0 – wo stehen wir und wohin könnte die Reise gehen», Vortrag vor der XING KMU Arbeitsgruppe in Zürich, 27. Juni 2016

Müller-Beyeler, Ruedi A. (2016): Das multimediale Handwerk – Erfahrungsbericht aus Lehre und Forschung an einer Fachhochschule. anlässlich Innovationstreff tamedia ag, Zürich, 25. August 2016

Stärke, Christian (2016): Radio allein zu Haus: Wo bleibt das junge Publikum? Eingeladener Podiumsteilnehmer anlässlich des RaBE-Radiogipfel 2016 in Bern, 18.05.2016.

Weibel, Thomas (2016): Spielbretter, die die Welt bedeuten – das Computerspiel als Erlebnis- und Lernraum. Referat gehalten anlässlich des 3. Internationalen Psychodramakongresses «Die Arbeit mit Kindern, Jugendlichen und Familien: Alles bleibt, wie es niemals war – Methodenvielfalt als Chance», Basel, 24.9.2016

The screenshot shows the RaBe-Info website interface. At the top, there is a navigation menu with links for 'RaBe', 'PROGRAMM', 'MITGLIED WERDEN', 'ARCHIV', and 'SHOP'. The main header features the 'RaBe' logo and the word 'SENDUNG'. Below this is a large graphic of a globe with a crow perched on top, labeled 'RaBe-Info'. The main content area is titled 'RABE-INFO' and includes a 'SPECIAL: BRAUCHT ES DAS RADIO NOCH?' section. A date '1. Juli 2016' and the name 'Michael Spahr' are visible. The text discusses whether kids still listen to the radio and mentions a production by 'Wissensprojekt'. There are social media icons for Facebook, Twitter, and YouTube. At the bottom, there are two smaller sections: 'IMPEACHMENT, PENCE UND KAMPFFLUGZEUGE' dated 31. Mai 2017 by Michael Spahr, and 'INTEGRATION, RADIOPROJEKT, TRÄGES HERZ' dated 29. Mai 2017 by Julian Oberst.

Erwähnungen

Köppel Roland, interviewt in: Eventlokale.ch (2016): «Diese Trends werden die Eventbranche auf den Kopf stellen». Interview mit Roland Köppel. In: eventlokale.ch vom 16.10.2016. Auf: http://www.eventlokale.ch/site/_redaktionell/52/eventmagazin/2239/_Diese_Trends_werden_die_Eventbranche_auf_den_Kopf_stellen_.html

Köppel, Roland (2016) interviewt in: Seiler, Urs (2016): Xaver-Award: «Qualitäts- und Gütesiegel». Roland Köppel, Präsident IGS 2001 (heute Expo Event) zur Xaver-Geschichte. In: EXPODATA 4, S. 18.

Köppel, Roland (2016): Interview zur Entwicklung von Open Airs. Radio Freiburg, Mai 2016.

Müller-Beyeler, Ruedi A. (2016): «Marken machen Unternehmen, Redaktionen machen Marken». Interview der Werbewoche Chefredaktorin Anne-Friederike Heinrich mit den Buchautoren Ruedi Alexander Müller-Beyeler & Heiner Butz. In: Werbewoche 7 vom 19. April 2016.

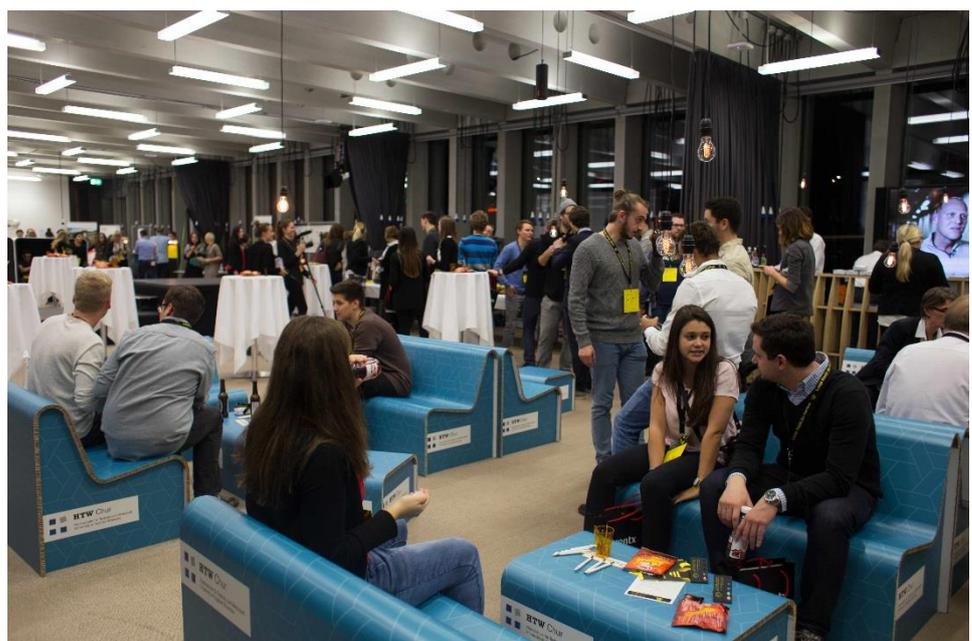
Müller-Beyeler, Ruedi A. (2016): Hinweis auf die Buchpublikation mit Bild und Text, in W&V, Werben und Verkaufen, W&V 27 vom 04.07.2016, S. 56

Müller-Beyeler, Ruedi A. (2016): Produkte und Dienstleistungen 2026: Experten-Umfrage. In: viscom (Hrsg.): Zukunftsstudie 2026. Bern: viscom. S. 80-91.

Vollenweider, Martin: Expertenstatement im Blogbeitrag von Newsroom Axa: Innovation + Insurance = Zero Gravity. Auch erschienen auf: Wissensplatz 2016 vom 22.01.2016. Auf: <http://wissensplatz.htwchur.ch/innovation-insurance-zero-gravity/>



Im November 2016 wurde der IMP-Produktionsraum im Medienhaus Chur für eine Nacht zum Eventlokal. An der ersten «langen Nacht der Karriere» hatten Studierende und Unternehmen die Möglichkeit, sich in entspannter Atmosphäre auszutauschen und Kontakte zu knüpfen. Der Anlass wurde von der HTW Chur gemeinsam mit dem schweizerischen Career Service Netzwerk (einem Verbund zahlreicher Hochschulen) organisiert.



Kontakt

ADMINISTRATION und Anmeldung



Liselotte Hofer-Bollinger
Organisationsassistentz
Tel: +41 (0)81 286 24 01
Fax: +41 (0)81 286 24 00
liselotte.hofer@htwchur.ch

INSTITUTSLEITUNG



Ruedi A. Müller-Beyeler, Prof. MA
Instituts- und Studiengangsleiter
Tel: +41 (0)81 286 37 05
Fax: +41 (0)81 286 37 38
ruedi.mueller@htwchur.ch

HTW Chur
Hochschule für Technik und Wirtschaft
Institut für Multimedia Production
Pulvermühlestr. 57
7004 Chur

Tel: +41 (0)81 286 24 24
Fax. + 41 (0)81 286 24 00
E-Mail: multimediaproduction@htwchur.ch
www.htwchur.ch/imp

HTW Chur

Hochschule für Technik und Wirtschaft

Pulvermühlestrasse 57

7004 Chur

Schweiz

Telefon +41 81 286 24 24

E-Mail hochschule@htwchur.ch

htwchur.ch

PRME Principles for Responsible
Management Education
an initiative of the United Nations Global Compact

Champions Group


Recognised for Excellence
4 star - 2016

